



TUGAS AKHIR - SS 145561

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM
MEMILIH KORAN HARIAN DI SURABAYA
(STUDI KASUS KORAN JAWA POS DAN SURYA)**

**LELI MEGANINGRUM
NRP 1314 030 056**

**Dosen Pembimbing
Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si.**

**DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS
FAKULTAS VOKASI
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2017**



TUGAS AKHIR - SS 145561

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM
MEMILIH KORAN HARIAN DI SURABAYA
(STUDI KASUS KORAN JAWA POS DAN SURYA)**

**LELI MEGANINGRUM
NRP 1314 030 056**

**Dosen Pembimbing
Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si.**

**DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS
FAKULTAS VOKASI
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2017**



FINAL PROJECT - SS 145561

**ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES IN
CHOOSING DAILY NEWS IN SURABAYA
(CASE STUDY OF JAWA POS AND SURYA)**

**LELI MEGANINGRUM
NRP 1314 030 056**

**Supervisor
Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si.**

**DEPARTMENT OF BUSINESS STATISTICS
FACULTY VOCATIONAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2017**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH KORAN HARIAN DI SURABAYA (STUDI KASUS KORAN JAWA POS DAN SURYA)

TUGAS AKHIR

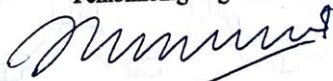
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya pada
Departemen Statistika Bisnis
Fakultas Vokasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

LELI MEGANINGRUM
NRP. 1314 030 056

SURABAYA, JULI 2017

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir



Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si.
NIP. 19740328 199802 1 001



iii

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH KORAN HARIAN DI SURABAYA (STUDI KASUS KORAN JAWA POS DAN SURYA)

Nama : Leli Meganingrum
NRP : 1314 030 056
Departemen : Statistika Bisnis Fakultas Vokasi
Pembimbing : Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si.

ABSTRAK

Surat kabar atau koran merupakan salah satu media informasi yang diterbitkan dan dicetak pada kertas yang disebut kertas koran yang berisi tentang berbagai berita terkini dalam berbagai topik. Salah satu hasil survei yang dilakukan AC Nielsen pada April-Juni Tahun 2006 menunjukkan hampir semua surat kabar di Indonesia mengalami penurunan jumlah pembaca. Beberapa surat kabar utama mengalami penurunan 20-44%. Situasi seperti ini pula yang telah memicu perubahan strategi sejumlah surat kabar di Indonesia untuk mencoba menghindarkan diri dari keterpurukan lebih jauh. Kemunculan beragam media massa baru di satu sisi menguntungkan konsumen karena mereka bisa mendapatkan banyak alternatif sumber informasi. Namun, di sisi lain juga sangat mengancam industri-industri media cetak yang sudah lebih dulu muncul. Oleh karena itu, banyaknya berbagai jenis koran yang bermunculan, peneliti ingin meneliti mengenai preferensi konsumen dalam memilih koran harian dengan analisis *Thurstone Case V*, menganalisis perbedaan preferensi konsumen terhadap Koran harian Jawa Pos dan Surya dengan uji hipotesis. Data yang digunakan adalah data primer hasil survei dengan kuesioner penelitian. Hasil penelitian didapatkan bahwa pembaca Koran harian Jawa Pos dan Surya yang menjadi responden lebih banyak laki-laki daripada perempuan. Selain itu diketahui bahwa dari hasil pengujian dengan metode *Thurstone Case V* didapatkan bahwa prioritas utama pembaca Koran dalam memilih Koran harian adalah headline Koran yang menarik, serta didapatkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap Koran Jawa Pos dan Surya dari factor kualitas isi dan fisik, manfaat, pemasaran serta ketanggapan pembaca.

Kata kunci: Konsumen, Koran Harian, Surat Kabar

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES IN CHOOSING DAILY NEWS IN SURABAYA (CASE STUDY OF JAWA POS AND SURYA)

Name : Leli Meganingrum
NRP : 1314 030 056
Department : Statistics of Business Faculty Vocational
Supervisor : Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si

ABSTRACT

Newspaper or newspaper is one of the media information published and printed on paper called newsprint which contains about the latest news on various topics. One of the results of a survey conducted by AC Nielsen in April-June 2006 shows that almost all newspapers in Indonesia have decreased the number of readers. Some major newspapers have decreased by 20-44%. This situation has also triggered a change of strategy for a number of newspapers in Indonesia to try to avoid further deterioration. The emergence of a variety of new mass media on the one hand is beneficial to consumers because they can get many alternative sources of information. However, on the other hand is also very threatening print media industries that have already appeared. Therefore, the number of different types of newspapers emerging, researchers want to examine the preferences of consumers in choosing a daily newspaper with Thurstone Case V analysis, analyzing the differences in consumer preference to the daily newspaper Jawa Pos and Surya with hypothesis testing. The data used is the primary data of the survey results with the research questionnaire. The result of the research shows that readers of Jawa Pos and Surya daily newspaper are respondents more men than women. It is also known that from the test result with Thurstone Case V method it is found that the main priority of newspaper reader in choosing daily newspaper is the interesting Koran headline, and it is found that there are difference of consumer preference to Jawa Pos and Surya newspaper from content and physical quality factor, Marketing and readers' responsiveness.

Keywords: *Consumers, Daily Newspaper, Newspapers*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Koran Harian di Surabaya (Studi Kasus Jawa Pos dan Surya)”.

Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Wahyu Wibowo, S.Si, M.Si selaku Kepala Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS dan selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penyelesaian laporan Tugas Akhir.
2. Ibu Dra. Sri Mumpuni Retnaningsih, M.T selaku dosen penguji dan Ibu Mike Prastuti, S.Si, M.Si selaku dosen penguji serta validator yang telah memberikan saran dan kritik untuk menyempurnakan ujian Tugas Akhir.
3. Ibu Ir. Sri Pingit Wulandari, MS selaku Kepala Prodi DII Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran serta nasehat kepada penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Seluruh civitas akademika Departemen Statistika Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu dan pelajaran hidup.
5. PT Jawa Pos Koran Surabaya yang sudah bersedia membantu untuk memperlancar dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.
6. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, motivasi, dukungan dan bimbingan dalam mendidik baik secara materiil, moril maupun spiritual.
7. Mbak Diana dan Mbak Nene yang telah membantu dalam menemukan topik penelitian Tugas Akhir.
8. Teman-teman kontrakan yaitu Naurah, Ifah dan Indah yang selalu membantu dan mendengarkan suka dan duka penulis dalam mengerjakan laporan Tugas Akhir.
9. Teman-teman selama kuliah yaitu Nesyah, Dea, Risma, Desi, Eliya, Mbak Novi, Rima, Kori, Nilam, Mega yang membantu

dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir.

10. Teman-teman di rumah yaitu Liza Mega, Meila, Dian, Vita, Ita yang menyemangati dan mendengarkan keluh kesah penulis tentang Tugas Akhir.
11. Pejuang 116 dan keluarga PIONEER yang saling menyemangati untuk meraih kesuksesan di masa depan.
12. Pihak-pihak lain yang telah mendukung dan membantu penulisan dan penyusunan Tugas Akhir yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini, maka segala kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk perbaikan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan juga pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 5 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TITLE PAGE	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Ruang Lingkup / Batsan Masalah	3
1.5 Manfaat	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Uji Validitas dan Pemeriksaan Reliabilitas	5
2.2 Metode <i>Thurstone Case-V</i>	7
2.3 Pengujian Rata-rata Data Berpasangan	8
2.4 Pengujian Asumsi Distribusi Normal.....	9
2.5 Preferensi Konsumen	9
2.6 Surat Kabar	10
2.7 Jawa Pos.....	10
2.8 Surya	11
2.9 Persaingan Media Cetak.....	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Sumber Data.....	13
3.2 Unit Penelitian dan Variabel Penelitian	13
3.3 Struktur Data	16
3.4 Populasi dan Sampel	17
3.5 Metode Analisis Data.....	19
3.6 Langkah Analisis.....	19
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	

4.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
4.2	Karakteristik Data Konsumen Koran Harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya	24
4.2.1	Karakteristik Data Berdasarkan Jenis Kelamin	24
4.2.2	Karakteristik Data Berdasarkan Usia.....	25
4.2.3	Karakteristik Data Berdasarkan Pendidikan Terakhir	25
4.2.4	Karakteristik Data Berdasarkan Frekuensi Membaca Koran	26
4.3	Analisis <i>Thurstone Case-V</i>	26
4.4	Pengujian Asumsi Distribusi Normal	28
4.4.1	Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Kualitas Isi dan Fisik	28
4.4.2	Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Manfaat	29
4.4.3	Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Pemasaran.....	30
4.4.4	Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Ketangapan Pembaca.....	32
4.5	Pengujian Hipotesis	33
4.5.1	Pengujian Hipotesis dari Kualitas Isi dan Fisik	34
4.5.2	Pengujian Hipotesis dari Manfaat.....	34
4.5.3	Pengujian Hipotesis dari Pemasaran.....	35
4.5.4	Pengujian Hipotesis dari Ketangapan Pembaca.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	37
5.2	Saran	37
DAFTAR PUSTAKA		39
LAMPIRAN		41
BIODATA PENULIS		57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Alfa Cronbach</i>	7
Tabel 3.1 Variabel Demografi	13
Tabel 3.2 Variabel Preferensi	14
Tabel 3.3 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Kualitas Isi dan Fisik	15
Tabel 3.4 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Manfaat	15
Tabel 3.5 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Pemasaran	15
Tabel 3.6 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Ketanggapan Pembaca.....	16
Tabel 3.7 Struktur Data <i>Thurstone Case-V</i>	16
Tabel 3.8 Struktur Data Uji Rata-Rata Data Berpasangan	17
Tabel 4.1 Hasil Analisis <i>Thurstone Case-V</i>	27
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Faktor Kualitas Isi dan Fisik ..	29
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Faktor Manfaat	30
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Faktor Pemasaran	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Faktor Ketanggapan Pembaca	33
Tabel 4.6 Uji Beda Kualitas Isi dan Fisik.....	34
Tabel 4.7 Uji Beda Manfaat	35
Tabel 4.8 Uji Beda Pemasaran	35
Tabel 4.9 Uji Beda Ketanggapan Pembaca	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	21
Gambar 4.1 Karakteristik Data Jenis Kelamin.....	24
Gambar 4.2 Karakteristik Data Usia	25
Gambar 4.3 Karakteristik Data Pendidikan Terakhir.....	25
Gambar 4.4 Karakteristik Data Frekuensi Membaca Koran	26
Gambar 4.5 <i>Q-Q Plot</i> Faktor Kualitas Isi dan Fisik Koran Jawa Pos dan Surya.....	28
Gambar 4.6 <i>Q-Q Plot</i> Faktor Manfaat Koran Jawa Pos dan Surya	29
Gambar 4.7 <i>Q-Q Plot</i> Faktor Pemasaran Koran Jawa Pos dan Surya	31
Gambar 4.8 <i>Q-Q Plot</i> Faktor Ketanggapan Pembaca Koran Jawa Pos dan Surya.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	41
Lampiran 2 Pemetaan Responden Berdasarkan Wilayah	43
Lampiran 3a Hasil Uji Validitas	44
Lampiran 3b Hasil Uji Reliabilitas	45
Lampiran 4 Data Demografi Responden	46
Lampiran 5 Data Preferensi Terhadap Prioritas Memilih Koran Harian di Surabaya	47
Lampiran 6 Rata-rata Indikator Koran Jawa Pos dan Surya..	49
Lampiran 7 <i>Output</i> SPSS Normalitas	50
Lampiran 8 <i>Output</i> Minitab t paired	51
Lampiran 9 Dokumentasi.....	53
Lampiran 10 Surat Pernyataan Keaslian Data	55
Lampiran 11 Surat Keterangan Instansi.....	5

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surat kabar merupakan salah satu media penyedia informasi. Keunggulan surat kabar dibandingkan dengan media informasi lainnya adalah mudah diperoleh, harga relatif terjangkau dan mudah untuk dibawa kemana-mana. Surat kabar memiliki karakteristik yang berbeda-beda, berdasarkan waktu terbitnya surat kabar terbagi dua yaitu surat kabar pagi dan surat kabar sore. Sementara berdasarkan cakupan beritanya, surat kabar dibedakan atas surat kabar lokal dan surat kabar nasional. Secara lebih terperinci surat kabar juga dapat dibagi-bagi berdasarkan isi beritanya, seperti surat kabar umum yang memuat berita secara umum dan surat kabar ekonomi yang isinya lebih spesifik menyajikan berita ekonomi.

Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh untuk diketahui pembaca (Effendy, 2005). Saat ini di Indonesia terdapat banyak surat kabar yang beredar menyajikan berbagai berita, dan salah satunya adalah koran Jawa Pos. Koran Jawa Pos menjadi media yang memiliki oplah terbesar di Jawa Timur yakni lebih dari 400 ribu eksemplar (Kuncoro, 2013).

Kemunculan beragam media massa baru di satu sisi menguntungkan konsumen karena mereka bisa mendapatkan banyak alternatif sumber informasi. Namun, di sisi lain juga sangat mengancam industri-industri media yang sudah lebih dulu muncul. Karena itulah, para pengelola industri media massa khususnya termasuk surat kabar harus berinovasi, memodifikasi produknya, serta mengemas strategi yang pas agar perusahaan mereka bisa bertahan (Salman, Ibrahim, Abdullah, Mustaffa, & Mahbob, 2011).

Saat ini industri penerbitan surat kabar diramaikan oleh berbagai merek koran yang menawarkan berbagai keunggulan atribut-atribut produknya. Di Jawa Timur sendiri sudah banyak surat kabar yang muncul dipasaran, tetapi tetap ada yang menjadi *market leader*. Contohnya adalah koran harian Jawa Pos yang telah menguasai penjualan surat kabar di Jawa Timur. Namun pada awal 1986, ada pendatang baru yang siap menjadi pesaing dari koran harian Jawa Pos yaitu koran harian Surya dari Kompas Gramedia. Surya adalah usaha baru yang dibangun oleh surat kabar Jakarta Pos Kota yang terkenal sensasional, dari yang awalnya memiliki angka sirkulasi sekitar 50.000, penjualan Surya kemudian anjlok. Kelompok Kompas-Gramedia menyelamatkan dengan menariknya masuk imperium tersebut di tahun 1989. Kini harian Surya mampu berkompetisi merebut pasar kalangan atas, surat kabar ini mampu bertahan di posisi kedua dengan angka sirkulasi 127.000 (Hill, 2011).

Penelitian sebelumnya mengenai koran pernah dilakukan oleh Ni Ketut Gita Ridayani pada tahun 2015. Penelitian tersebut menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian koran Kompas studi kasus di Jl Swakarsa RW 003 Pondok Kelapa Jakarta Timur dan didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan serta pengaruh perilaku konsumen dengan keputusan pembelian koran. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Angga Maulana tentang studi komparasi preferensi konsumen atas Harian Umum Suara Merdeka dan Tribun Jateng di Kota Semarang.

Semakin banyak bermunculan koran-koran harian nasional serta persaingan dari masing-masing koran harian yang semakin ketat mengakibatkan PT Koran Jawa Pos harus menentukan strategi koran Jawa Pos serta agar saling bersaing menjadi koran harian terbaik di hati para konsumen maka peneliti ingin meneliti mengenai preferensi konsumen dalam memilih koran harian menggunakan metode *Thurstone Case V* untuk mengetahui atribut apa yang paling di prioritaskan konsumen dalam memilih koran harian, dan pengujian hipotesis untuk menguji perbedaan

preferensi konsumen terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Adanya persaingan bisnis menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan respon yang cepat terhadap setiap peluang, ancaman dari luar serta tuntutan pelanggan. Menurut Azrul Ananda, CEO PT Jawa Pos jika masa depan koran masih sangat panjang. Kepungan media online yang begitu deras tidak akan mampu membunuh koran. Hasil survei Roy Morgan pada tahun 2015 untuk wilayah Surabaya, penetrasi koran terhadap pembaca masih 50% bahkan pasar Jawa Pos di Surabaya dan sekitarnya menembus 92%. (Anonim, 2016). Namun, rendahnya minat baca koran di Surabaya yang menjadi masalahnya. Agar perusahaan mampu bertahan maka penelitian untuk tugas akhir ini adalah untuk mengetahui karakteristik pembaca koran harian di Surabaya, prioritas alasan konsumen dalam memilih koran harian, serta bagaimana perbedaan preferensi konsumen terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui bagaimana karakteristik data pembaca koran harian di Surabaya.
2. Mengetahui preferensi konsumen dalam memilih koran harian di Surabaya.
3. Menganalisis perbedaan preferensi konsumen terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya.

1.4 Ruang Lingkup / Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini hanya mengambil jenis koran Jawa pos dan Surya. Pada penelitian ini sampel yang digunakan dibatasi hanya pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya dalam satu bulan terakhir , atau yang mengalami perubahan koran Jawa Pos ke Surya dan sebaliknya di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran dan pertimbangan dalam mengembangkan bisnis koran harian, serta diharapkan mampu menentukan strategi pengembangan koran Jawa Pos. Untuk penulis, penelitian ini sebagai sarana hasil penerapan ilmu yang didapatkan selama kuliah serta sebagai acuan untuk peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Uji Validitas dan Pemeriksaan Reliabilitas

Uji Validitas dan pemeriksaan reliabilitas merupakan salah satu pengujian yang dilakukan untuk memeriksa apakah data yang telah diperoleh sudah valid dan reliabel untuk dilanjutkan kepada pengujian selanjutnya.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang mengungkapkan isi suatu konsep atau variabel yang hendak diukur atau kesanggupan instrumen (Sugiarto, 1993)

Persamaan 2.1 merupakan statistik uji dari pengujian validitas.

Hipotesis

$H_0 : \rho_{xy} = 0$ (Tidak terdapat korelasi antara dimensi tingkat kesetujuan dengan total)

$H_1 : \rho_{xy} \neq 0$ (Terdapat korelasi antara dimensi tingkat kesetujuan dengan total)

Daerah kritis :

Tolak H_0 jika $r_{hitung} > r_{tabel}(\alpha, n-2)$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}(\alpha, n-2)$

Statistik Uji :

$$r = \frac{n \left(\sum_{i=1}^n x_i y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right) \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)}{\sqrt{\left[n \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right] \left[n \sum_{i=1}^n y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right]}} \quad (2.1)$$

keterangan:

r : koefisien korelasi

n : jumlah responden

X : skor tiap pertanyaan yang diberikan kepada responden

Y : skor total seluruh pertanyaan untuk masing-masing responden

Daerah penolakan : Tolak H_0 jika $r_{hitung} > r_{n-2}$.

2. Pemeriksaan Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh angka yang disebut sebagai *Koefisien Reliabilitas* (Azwar, 2011). Metode yang untuk menguji keandalan alat ukur dalam penelitian ini adalah metode koefisien alpha Cronbach (α). Besar koefisien (α) berkisar dari 0 sampai 1. Semakin besar koefisien keandalan, semakin tinggi tingkat keandalannya. Tujuan perhitungan koefisien keandalan adalah untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden. Persamaan 2.2 merupakan rumus *Koefisien Alpa Cronbach*.

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{b=1}^k \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right) \quad (2.2)$$

keterangan:

- α : koefisien realibilitas
- k : banyak butir pertanyaan
- σ_b^2 : total varians butir pertanyaan
- σ_i^2 : total varians

Metode *cronbach's alpha* diukur berdasarkan skala *cronbach's alpha* 0 sampai 1. Jika skala tersebut dikelompok ke dalam lima kelas dengan interval yang sama, maka ukuran/ kriteria kebaikan *Cronbach's alpha* dapat diinterpretasikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 *Alfa Cronbach*

Nilai Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria
0,00 s.d. 0,20	Kurang reliabel
0,21 s.d. 0,40	Agak reliabel
0,42 s.d. 0,60	Cukup reliabel
0,61 s.d. 0,80	Reliabel
0,81 s.d. 1,00	Sangat reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian sudah konsisten.

2.2 Metode *Thurston Case-V*

Analisis *Thurston case-v* adalah metode yang digunakan untuk melihat struktur urutan prioritas atribut berdasarkan frekuensi preferensi. Konsep metode analisis ini merupakan proporsi subjek yang menganggap atribut i lebih penting dari atribut j . Proporsi tersebut selanjutnya disusun menjadi suatu matriks proporsi seperti tampak pada persamaan 2.3 dimana merupakan rekapitulasi matriks proporsi yang menunjukkan atribut di kolom lebih dianggap penting daripada atribut baris.

$$\mathbf{F} = \begin{bmatrix} f_{11} & f_{12} & \cdots & f_{1m} \\ f_{21} & f_{22} & \cdots & f_{2m} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ f_{m1} & f_{m2} & \cdots & f_{mm} \end{bmatrix} \quad (2.3)$$

Pada matriks proporsi setiap elemen f_{ij} cenderung mementingkan atribut j daripada atribut i . Setiap elemen pada matriks proporsi adalah sebagai berikut.

$$f_{ij} = \frac{n_j}{n_i + n_j}, \quad f_{ji} = \frac{n_i}{n_i + n_j} \quad (2.4)$$

Frekuensi dapat berisi angka yang berbeda dari setiap responden. Elemen dalam matriks proporsi tersebut merupakan matriks simetris.

$$f_{ij} + f_{ji} = 1 \quad (2.5)$$

Persamaan 2.5 menunjukkan bahwa elemen diagonal pada matriks $f_{ii} = 0.5$. Selanjutnya menentukan nilai normal baku dari setiap elemen f_{ij} sehingga didapatkan matriks baru yaitu matriks Z. Mencari rata-rata setiap kolom dari matriks Z, perlu diketahui jika rata-rata setiap kolom ini jika dijumlahkan maka nilainya adalah nol. Menyusun urutan atribut dari yang terpenting hingga yang tidak penting, atribut yang terpenting yaitu memiliki nilai rata-rata kolom paling besar sedangkan yang tidak penting memiliki nilai rata-rata kolom yang kecil (Lipovetsky, 2013).

2.3 Pengujian Rata-rata Data Berpasangan

Pengujian dua rata-rata untuk data berpasangan merupakan salah satu pengujian hipotesis yang melibatkan populasi pengamatan yang sama tetapi di uji dua kali. Uji dua rata-rata yang digunakan antara lain sebagai berikut (Walpole, 1995). Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian dua rata-rata data berpasangan antara lain sebagai berikut.

- 1) $H_0 : \mu_0 = d_0$
 $H_1 : \mu_0 \neq d_0$
- 2) $H_0 : \mu_0 = d_0$
 $H_1 : \mu_0 > d_0$
- 3) $H_0 : \mu_0 = d_0$
 $H_1 : \mu_0 < d_0$

Statistik uji yang akan digunakan dalam pengujian dua rata-rata data berpasangan antara lain sebagai berikut.

$$t = \frac{\bar{d} - d_0}{\frac{s_d}{\sqrt{n}}}; v = n - 1 \quad (2.6)$$

Dimana:

\bar{d} : Rata-rata selisih antara pengamatan 1 dan pengamatan 2

s_d : Standar Deviasi

n : Banyak sampel

Daerah kritis yang digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis yaitu ketika H_0 ditolak, maka daerah kritis yang digunakan adalah sebagai berikut.
Daerah Kritis : H_0 ditolak, jika nilai $t > t_{(v, \alpha/2)}$

2.4 Pengujian Asumsi Distribusi Normal

Pemeriksaan asumsi residual distribusi normal dilakukan untuk melihat apakah residual memenuhi asumsi distribusi normal atau tidak. Kenormalan suatu data dapat dilihat dari plotnya. Apabila plot sudah mendekati garis liner, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut memenuhi asumsi distribusi normal. Pengujian asumsi residual berdistribusi normal dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Sudjana, 2005).

2.3.1 Uji Univariat Normal

Uji univariat normal adalah suatu uji yang dilakukan hanya pada satu variabel yang dilibatkan (Simamora, 2005). Hipotesisnya adalah sebagai berikut.

Uji Normalitas Univariat (*Kolmogorov-Smirnov*)

Hipotesis:

$H_0 : F(x) = F_0(x)$ atau data telah berdistribusi normal

$H_1 : F(x) \neq F_0(x)$ atau data tidak berdistribusi normal

Statistik uji:

$$D = \sup | S(x) - F_0(x) | \quad (2.7)$$

keterangan:

$S(x)$: nilai kumulatif distribusi empiris

$F_0(x)$: nilai kumulatif distribusi teoritis

Daerah Kritis : Tolak H_0 , jika $D > D_\alpha$ tabel

2.5 Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan suatu tindakan konsumen dalam memilih suatu barang sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Preferensi dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasari oleh beberapa alasan, antara lain (Bilson Simamora, 2004)

a. Pengalaman yang diperolehnya

Konsumen merasakan kepuasan dalam membeli produk dan merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk yang

dibelinya, maka konsumen akan terus-menerus menggunakan produk tersebut.

b. Kepercayaan turun-temurun

Kepercayaan ini dikarenakan kebiasaan dari keluarga menggunakan produk tersebut, setia terhadap produk yang selalu dipakainya karena manfaat dalam 4 pemakaian produk tersebut, sehingga konsumen memperoleh kepuasan dan manfaat dari produk tersebut.

2.6 Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu ragam dari ruang lingkup jurnalisme cetak. Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca (Effendy, 2005)

2.7 Jawa Pos

Jawa Pos adalah surat kabar harian yang berpusat di Surabaya, Jawa Timur. Tepatnya di Gedung Graha Pena Lt.4 Jl. Ahmad Yani 88, Surabaya. Jawa Pos merupakan harian terbesar di Jawa Timur, dan merupakan salah satu harian dengan oplah terbesar di Indonesia. Sirkulasi Jawa Pos menyebar di seluruh Jawa Timur, Bali, dan sebagian Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Jawa Pos mengklaim sebagai “Harian Nasional yang Terbit dari Surabaya” . Jawa Pos juga telah berhasil meraih beberapa penghargaan diantaranya Indonesian Best Brand (2007), Superbrands Indonesia’s Choice (2010-2011), Greatest Brand People’s Choice (2010), Indonesian Most Favorite Brand (2011), Women Brand (2011), Best Design in Asia Media Awards (2012), World Young Reader Newspaper of the Year (2011), dan beberapa penghargaan lainnya.

2.8 Surya

Harian Surya adalah surat kabar harian yang terbit di Surabaya, Jawa Timur sejak 10 November 1989. Redaksi Surya berlokasi di Jalan Rungkut Industri III Nomor 68, SIER Surabaya. Sebelumnya terbit dalam format majalah. Kini, Harian Surya terbit 24 halaman dan fokus melayani pembaca di Jawa Timur. Meski media berbasis kertas, Surya juga serius mengembangkan divisi pemberitaan online.

2.9 Persaingan Media Cetak

Persaingan media cetak setiap tahun bertambah pesat. Kedua nama besar Jawa Pos dan Kompas kini bersaing untuk mendapatkan oplah dari masyarakat. Namun, oplah bukan alasan utama kedua perusahaan koran tersebut bersaing. Tetapi yang diperebutkan adalah masalah reputasi dan nama besar. Untuk meningkatkan oplah penjualan yang berujung nama besar itu, Jawa Pos tega memborong Kompas yang sudah siap dijual di beberapa agen penerbit dengan harga pantas, sehingga para agen hanya memasarkan sisa Kompas yang ada. Pembalasan dari Kompas tidak kalah serunya, setiap pembeli Kompas pagi gratis Jawa Pos Pagi. Sejak menguasai bisnis media di Jakarta Kompas berusaha untuk masuk ke Jawa Timur khususnya Surabaya. Merasa gagal Kompas melawan dominasi Jawa Pos, Kompas mendirikan Koran Surya untuk bertarung *head to head* dengan Jawa Pos (Matitaputty, 2012).

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data diperoleh dari hasil survei penilaian pembaca koran di Surabaya terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya. Kuesioner penelitian dapat dilihat pada Lampiran 1 serta surat keaslian data dapat dilihat pada Lampiran 10.

3.2 Unit Penelitian dan Variabel Penelitian

Unit penelitian yang akan diteliti adalah konsumen koran harian Jawa Pos dan Surya yang berada di Surabaya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu variabel demografi, variabel preferensi serta variabel persepsi konsumen.

Tabel 3.1 Variabel Demografi

No	Demografi	Definisi Operasional
1	Usia	Satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan responden
2	Pendidikan terakhir	Pendidikan terakhir yang dimiliki oleh responden dibedakan atas tidak sekolah, SD, SMP, SMA, D3, S1/D4, S2, dan S3
3	Pekerjaan	Suatu hubungan yang melibatkan dua pihak antara perusahaan dengan para pekerja/karyawan. Para pekerja akan mendapatkan gaji sebagai balas jasa dari pihak perusahaan, dan jumlahnya tergantung dari jenis profesi yang dilakukan.
4	Pendapatan per bulan	Penghasilan yang diperoleh dari suatu pekerjaan.
5	Frekuensi membaca koran	Tingkat seberapa sering membaca koran yang terdiri dari setiap hari, sering (3-5 kali), jarang (1-2 kali) dalam seminggu

Selanjutnya atribut-atribut yang diamati dalam penelitian ini dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Variabel Preferensi

No.	Atribut	Definisi Operasional
1	Headline koran	Topik utama yang biasanya ditempatkan di halaman utama koran yang memuat berita fenomenal
2	Keakuratan koran	Keaslian berita pada koran yang sudah terbukti
3	Penyajian bahasa	Bahasa yang digunakan dalam koran mudah dipahami masyarakat
4	Kelengkapan berita	Berita yang disajikan di dalam koran lengkap
5	Kualitas kertas koran	Kualitas kertas koran baik atau mudah sobek
6	Ketebalan halaman	Koran memuat banyak topik sehingga halaman koran tebal
7	Harga koran	Harga untuk mendapatkan koran sesuai dengan kualitas koran
8	Kesesuaian slogan dengan ciri khas	Kesesuaian slogan tiap jenis koran dengan kenyataan yang terjadi. Contoh : Jawa Pos, Selalu Ada yang Baru
9	Kemudahan memperoleh koran	Seberapa mudah atau sulit koran didapatkan atau seberapa sering koran jenis tersebut dijumpai
10	Banyaknya agen atau loper	Banyaknya agen atau loper koran yang berjualan koran jenis tersebut
11	Desain berita	Model koran atau perpaduan penempatan gambar, tulisan serta warna yang cocok untuk koran

Kemudian pernyataan tentang variabel persepsi konsumen terhadap koran Jawa Pos dan Surya di Surabaya, dimana skala data yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Sangat Kurang Baik Sekali (SKBS)
2. Kurang Baik Sekali (KBS)
3. Kurang Baik (KB)
4. Cukup Baik (CB)

5. Baik (B)
6. Baik Sekali (BS)
7. Sangat Baik Sekali (SBS)

Keterangan skala yang digunakan antara lain sebagai berikut.

Skor	1	2	3	4	5	6	7
Jawaban							
	SKBS						SBS

Selanjutnya, variabel penelitian pada penelitian ini adalah preferensi konsumen yang digunakan sebagai faktor perbandingan dari dua koran yaitu koran Jawa Pos dan Surya. Preferensi dalam keputusan pembelian produk media massa memiliki banyak faktor yang mempengaruhi, untuk itu penulis mengelompokkan menjadi empat kelompok berdasarkan sifatnya yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.3 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Kualitas Isi dan Fisik

No.	Kualitas Isi dan Fisik
X ₁₁	Penataan dan penempatan gambar atau foto
X ₁₂	Bahasa yang digunakan
X ₁₃	Penataan dan penempatan sesi berita
X ₁₄	Netralitas berita
X ₁₅	Analisis berita
X ₁₆	Kualitas kertas
X ₁₇	Kualitas cetakan

Kemudian faktor manfaat merupakan manfaat yang didapatkan masyarakat dari koran

Tabel 3.4 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Manfaat

No.	Manfaat
X ₂₁	Manfaat nilai-nilai masyarakat dalam berita
X ₂₂	Manfaat budaya masyarakat dalam berita
X ₂₃	Manfaat hiburan dalam berita
X ₂₄	Pentingnya informasi dalam berita
X ₂₅	Manfaat wawasan intelektual

Kemudian faktor pemasaran merupakan seberapa mudah atau sulit masyarakat mendapatkan koran

Tabel 3.5 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Pemasaran

No.	Pemasaran
X ₃₁	Distribusi koran

X ₃₂	Keberadaan koran
X ₃₃	Kualitas iklan
X ₃₄	Informasi dari iklan
X ₃₅	Media iklan
X ₃₆	Event-event yang diadakan
X ₃₇	Harga dengan kualitas
X ₃₈	Harga dengan kuantitas
X ₃₉	Aktualisasi berita

Kemudian faktor ketanggapan pembaca terdiri dari gaya penyampaian berita, ilustrasi gambar serta kesesuaian judul dengan isi

Tabel 3.6 Variabel Persepsi Konsumen Faktor Ketanggapan Pembaca

No.	Ketanggapan Pembaca
X ₄₁	Gaya penyampaian berita
X ₄₂	Ilustrasi gambar
X ₄₃	Kesesuaian judul dengan isi

3.3 Struktur Data

Struktur data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.7 Struktur Data *Thurstone Case V*

Responden	A	B	...	K
1	x_{11}	x_{12}	...	x_{111}
2	x_{21}	x_{22}	...	x_{211}
3	x_{31}	x_{32}	...	x_{311}
...
100	x_{1001}	x_{1002}	...	x_{10011}

Keterangan :

A : Headline koran G : Harga koran
 B : Keakuratan koran H : Kesesuaian slogan dengan ciri khas
 C : Penyajian bahasa I : Kemudahan memperoleh koran
 D : Kelengkapan berita J : Banyaknya agen/loper
 E : Kualitas kertas koran K: Desain berita
 F : Ketebalan halaman

Selanjutnya merupakan struktur data untuk pengujian rata-rata data berpasangan yang dapat dilihat pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8 Struktur Data Uji Rata-rata data berpasangan

Responden ke-	Indikator											
	1		2		3		4			25	
	JP	S	JP	S	JP	S	JP	S	JP	S	JP	S
1												
2												
3												
4												
.												
.												
n												
Total												
Rata-rata												

keterangan

JP : Jawa Pos

S : Surya

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil adalah pembaca (bisa pelanggan bisa bukan pelanggan) koran Jawa Pos dan Surya di Surabaya. Untuk pengambilan sampelnya menggunakan teknik *purposive* sampling, yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria bahwa responden berdomisili di Surabaya, dan responden pernah membaca koran Jawa Pos dan Surya dalam satu bulan terakhir. Dengan pertimbangan bahwa populasi bervariasi, berbeda-beda karakternya dan bersifat heterogen, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut cukup representative untuk mewakili populasi. Pengambilan sampel sebanyak 100 responden karena menurut Cooper dan Emory populasi berjumlah 5000 orang secara kasar diambil menjadi 100 orang mempunyai ketepatan estimasi yang sama dengan 100 sampel yang diambil

dari 200 juta populasi (Cooper, 1997). Pengambilan sampel sebanyak 100 orang juga diperkuat dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut. (Hussein, 1997).

$$n = \left[\frac{Z_{1/2, 0,05}}{e} \right]^2 = \left[\frac{Z_{0,025}}{0,196} \right]^2 = \left[\frac{1,96}{0,196} \right]^2 = 100$$

Jadi, $n = 100$

Keterangan:

$e : 0,196$ (*error of estimate*)

$\alpha : 0,05$

$Z_{1/2}$: tabel distribusi normal sampel

Digunakan rumus ini karena tidak ada data mengenai jumlah konsumen koran Jawa Pos dan Surya di Surabaya. Sampel sebanyak 100 responden kemudian peneliti membagi sampel tersebut supaya tersebar secara rata di seluruh Surabaya dengan ketentuan bahwa wilayah Surabaya terdiri dari lima bagian yaitu Surabaya Timur (terdiri dari 7 kecamatan dan 41 kelurahan), Surabaya Barat (terdiri dari 7 kecamatan dan 33 kelurahan), Surabaya Pusat (terdiri dari 4 kecamatan dan 20 kelurahan), Surabaya Selatan (terdiri dari 8 kecamatan dan 37 kelurahan) serta Surabaya Utara (terdiri dari 5 kecamatan dan 23 kelurahan). Peneliti membagi jumlah sampel sebanyak 100 pada kelima wilayah Surabaya sehingga untuk Surabaya Timur diambil 20 responden, Surabaya Barat diambil 20 responden, Surabaya Pusat diambil 20 responden, Surabaya Selatan diambil 20 responden serta Surabaya Utara diambil 20 responden. Pengambilan sampel di wilayah Surabaya bagian tersebut dibebaskan untuk kecamatan dan daerahnya. Teknik pengambilan data dengan mendatangi rumah-rumah dengan membawa koran Jawa Pos dan Surya, apabila calon responden pernah membaca koran Jawa Pos dan Surya maksimal dalam satu bulan terakhir maka calon responden bisa jadi responden dengan menjawab semua pertanyaan pada kuesioner. Pemetaan responden berdasarkan kecamatan dan kelurahan mengacu pada Lampiran 2.

3.5 Metode Analisis Data

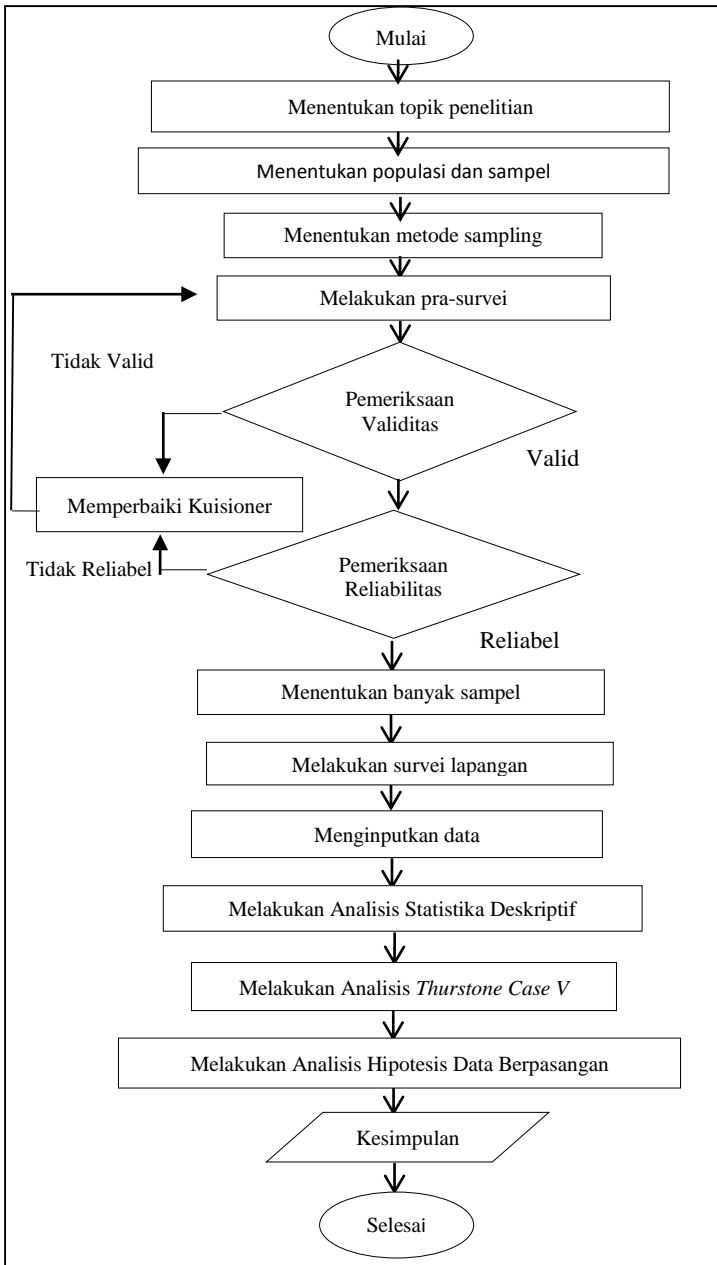
Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah karakteristik data pembaca koran harian di Surabaya, Karakteristik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, frekuensi membaca koran harian. Kemudian data isian dari responden pada kuesioner yang tertera pada Lampiran 5 diolah menggunakan analisis *Thurstone Case V* untuk mengetahui dari sebelas atribut yang ada pada kuesioner, atribut apa yang paling diprioritaskan oleh konsumen dalam memilih koran harian di Surabaya. Selanjutnya data isian dari responden untuk penilaian koran harian Jawa Pos dan Surya pada kuesioner yang tertera pada Lampiran 6 di rata-rata tiap indikatornya, lalu nilai rata-rata tersebut kemudian dianalisis menggunakan pengujian hipotesis untuk setiap faktornya. Ada empat faktor yaitu faktor kualitas isi dan fisik, faktor manfaat, faktor pemasaran, serta faktor ketanggapan pembaca. Untuk pembagian mengenai indikator dan faktor sudah dijelaskan pada Tabel 3.2 sampai dengan Tabel 3.5, pengujian hipotesis untuk dua sampel dependen menggunakan uji *t paired* yang bertujuan untuk menguji perbedaan preferensi konsumen terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya.

3.6 Langkah Analisis

Langkah analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Melakukan Analisis Statistika Deskriptif untuk mengetahui karakteristik demografi pembaca koran Jawa Pos dan Surya di Surabaya.
2. Melakukan uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, serta pemeriksaan reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat dipercaya.
3. Melakukan *Analisis Thurstone Case V* untuk mengetahui atribut apa yang paling diprioritaskan konsumen dalam memilih koran harian di Surabaya.

4. Melakukan Analisis Pengujian Hipotesis Data Berpasangan untuk mengetahui perbedaan preferensi konsumen terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya.
5. Menginterpretasikan hasil analisis dan menarik kesimpulan serta memberikan saran. Berikut merupakan diagram alir sebagai penggambaran langkah analisis pada penelitian ini ditampilkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Alir

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah pernyataan pada data penilaian pembaca terhadap koran Jawa Pos dan Surya di Surabaya sudah valid atau belum. Berikut merupakan hasil pengujian validitas terhadap penilaian pembaca terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya.

Hipotesis :

H_0 : Pernyataan tidak mengukur aspek yang sama (Tidak Valid)

H_1 : Pernyataan mengukur aspek yang sama (Valid)

Taraf Signifikan (α) : 5%

Statistik Uji :

$$r = \frac{n \left(\sum_{i=1}^n X_i Y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i \right)}{\sqrt{\left[n \sum_{i=1}^n X_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right)^2 \right] \left[n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)^2 \right]}}$$

Daerah Kritis : Tolak H_0 , jika $r > r_{\text{tabel}}$ (α :5%, df: 100-2=98) dimana
 $r_{(0,05,98)} = 0,197$

Berdasarkan pada Lampiran 3a hasil pengujian validitas untuk penilaian pembaca terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya menunjukkan bahwa nilai *pearson correlation* lebih dari nilai r_{tabel} sebesar 0,197. Sehingga dapat diputuskan bahwa 25 indikator tersebut tolak H_0 yang memiliki arti bahwa indikator-indikator penilaian pembaca terhadap koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya telah valid.

Selanjutnya pemeriksaan reliabilitas, penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan apakah pengukuran dari indikator pernyataan pada masing-masing faktor kualitas isi dan fisik, manfaat, pemasaran serta ketanggapan pembaca terhadap penilaian pembaca untuk koran Jawa Pos dan Surya dapat dipercaya. Metode pengujian yang dipilih adalah metode dengan menggunakan *Alpha Cronbach* (α). Berdasarkan persamaan rumus 2.2 didapatkan hasil pemeriksaan reliabilitas pada Lampiran 3b yang menunjukkan

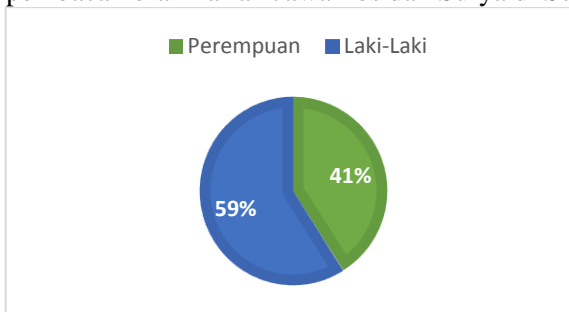
bahwa keempat faktor penilaian pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya sangat reliabel berdasarkan Tabel 2.1.

4.2 Karakteristik Data Konsumen Koran Harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya

Karakteristik data pada pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir serta frekuensi membaca koran. Data untuk karakteristik data bisa dilihat pada Lampiran 4.

4.2.1 Karakteristik Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan karakteristik data berdasarkan jenis kelamin pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya.

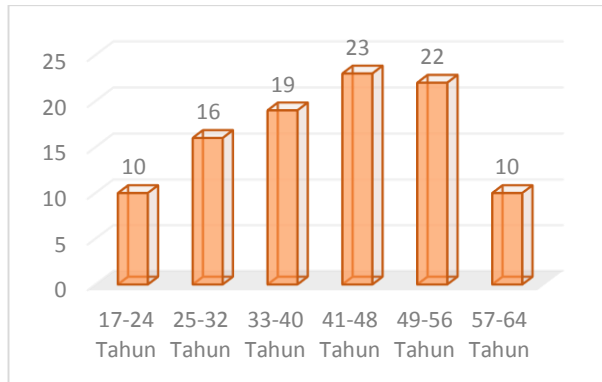


Gambar 4.1 Karakteristik Data Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.1 diketahui bahwa sebesar 59% atau setara dengan 59 orang dari 100 pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya adalah berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sisanya yaitu sebesar 41% atau 41 orang dari 100 konsumen berjenis kelamin perempuan.

4.2.2 Karakteristik Data Berdasarkan Usia

Berikut merupakan karakteristik data berdasarkan usia pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya.

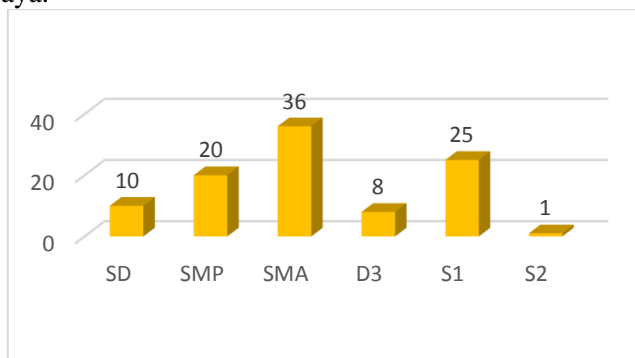


Gambar 4.2 Karakteristik Data Berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 10 orang dari 100 responden yang membaca koran harian Jawa Pos dan Surya berusia 17-24 tahun, sedangkan rentang umur 41-48 tahun yang paling gemar membaca koran harian Jawa Pos dan Surya yaitu sebesar 23 orang, selanjutnya rentang umur 49-56 tahun yang membaca koran harian Jawa Pos dan Surya sebanyak 22 orang.

4.2.3 Karakteristik Data Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut merupakan karakteristik data berdasarkan pendidikan terakhir pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya.

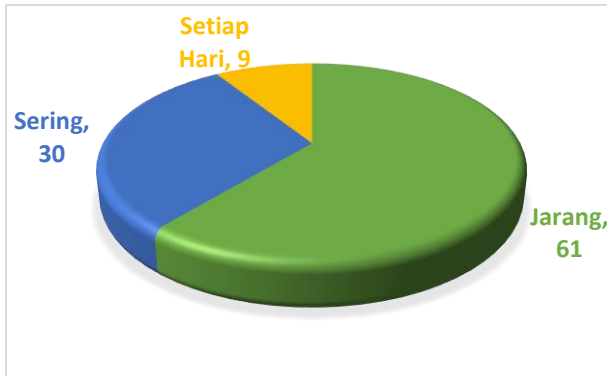


Gambar 4.3 Karakteristik Data Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 36 orang dari 100 responden pendidikan terakhirnya yaitu SMA, sedangkan dari 100 responden hanya 1 orang pembaca koran harian yang pendidikan terakhirnya S2.

4.2.4 Karakteristik Data Berdasarkan Frekuensi Membaca Koran

Berikut merupakan karakteristik data berdasarkan frekuensi pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya dalam membaca koran.



Gambar 4.4 Karakteristik Data Frekuensi Membaca Koran

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat diketahui bahwa 61 dari 100 orang jarang atau memiliki frekuensi 1-2 kali membaca koran dalam seminggu. Sedangkan sebanyak 30 dari 100 orang membaca koran 3-5 kali dalam seminggu. Dan hanya 9 orang yang membaca koran setiap hari dalam seminggu.

4.3 Analisis *Thurstone Case-V* (TCV)

Analisis *Thurstone Case-V* adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui alasan konsumen di Surabaya jika ingin memilih koran harian menurut skala prioritas. Pada penelitian ini atribut-atribut tersebut adalah headline koran (A), keakuratan koran (B), penyajian bahasa (C), kelengkapan berita (D), kualitas kertas koran (E), ketebalan halaman (F), harga koran (G), kesesuaian slogan dengan ciri khas (H), kemudahan memperoleh koran (I), banyaknya agen atau loper (J), desain berita (K). Berikut

merupakan hasil analisis *Thurstone Case-V* (TCV) yang diperoleh dari hasil perhitungan pada Lampiran 5.

Tabel 4.1 Hasil Analisis *Thurstone Case-V* (TCV)

Prioritas	Pernyataan
1	Headline koran
2	Kelengkapan berita
3	Keakuratan koran
4	Penyajian bahasa
5	Kemudahan memperoleh koran
6	Desain berita
7	Harga koran
8	Kualitas kertas koran
9	Banyaknya agen atau loper
10	Kesesuaian slogan dengan ciri khas
11	Ketebalan halaman

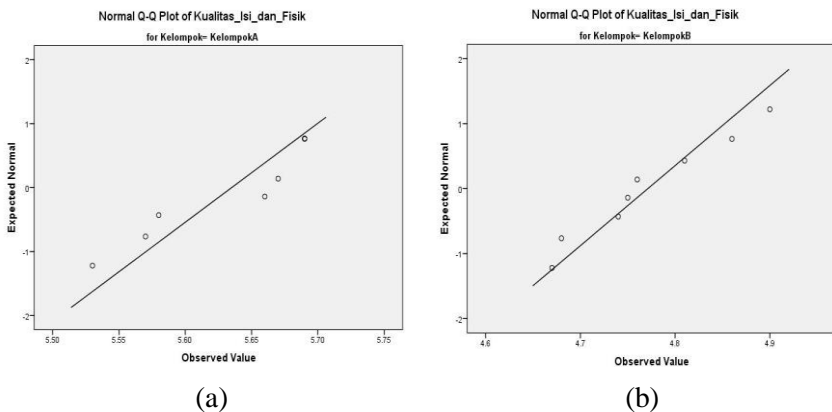
Tabel 4.1 menunjukkan bahwa prioritas utama pembaca koran harian jika ingin membeli koran harian adalah headline koran. Headline koran yang menarik dari berita yang lagi ramai diperbincangkan masyarakat merupakan daya tarik pertama menurut masyarakat. Setelah itu prioritas kedua adalah kelengkapan berita dari koran harian tersebut. Prioritas ketiga adalah karena maraknya berita *hoax* yang tidak diketahui pasti sumber beritanya sehingga masyarakat memprioritaskan keakuratan berita dari koran harian. Selanjutnya yang menjadi prioritas keempat adalah penyajian bahasa berita yang lebih mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat. Prioritas kelima yaitu kemudahan memperoleh koran. Prioritas keenam yaitu desain berita yang menarik. Prioritas ketujuh yaitu harga koran yang terjangkau. Selanjutnya yaitu prioritas masyarakat tentang kualitas kertas koran, lalu prioritas ke sembilan yaitu banyaknya agen atau loper yang memasarkan koran harian. Prioritas ke sepuluh adalah kesesuaian slogan dengan ciri khas, dan prioritas terakhir yaitu ketebalan halaman koran.

4.4 Pengujian Asumsi Distribusi Normal

Pengujian asumsi distribusi normal secara univariat, secara visual dapat dilihat dengan *Q-Q Plot*. Hasil *output* uji normalitas dapat dilihat pada Lampiran 7.

4.4.1 Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Kualitas Isi dan Fisik

Pengujian asumsi distribusi normal pada faktor kualitas isi dan fisik koran harian Jawa Pos dan Surya secara visual dapat dilihat dengan *Q-Q plot* berikut ini.



Gambar 4.5 *Q-Q Plot* Faktor Kualitas Isi dan Fisik Koran Jawa Pos (a) dan koran Surya (b)

Gambar 4.5 diatas menunjukkan bahwa plot-plot dari rata-rata setiap indikator pada faktor kualitas isi dan fisik koran harian Jawa Pos maupun koran Surya mendekati garis normal, sehingga secara visual dapat dikatakan bahwa rata-rata indikator pada faktor kualitas isi dan fisik koran harian Jawa Pos serta koran harian Surya berdistribusi normal. Selanjutnya dilakukan pengujian dengan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

Hipotesis

H_0 : $F(x) = F_0(x)$ atau data pada faktor kualitas isi dan fisik telah berdistribusi normal

H_1 : $F(x) \neq F_0(x)$ atau data pada faktor kualitas isi dan fisik tidak berdistribusi normal

Taraf Signifikan : $\alpha = 0,05$

Daerah Penolakan : Tolak H_0 jika $D > D_{\alpha,n}$

Statistik Uji :

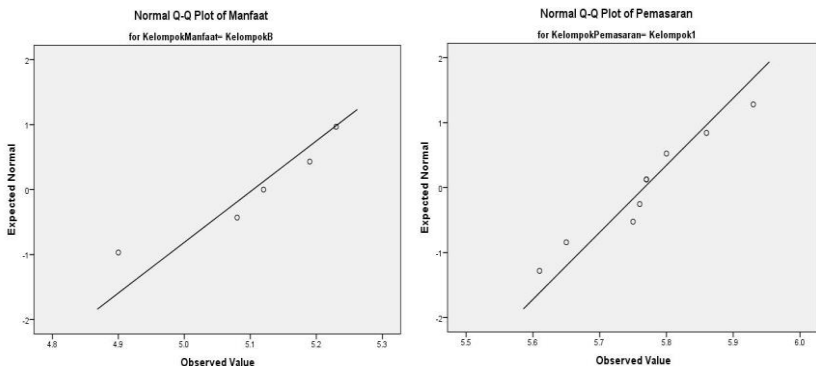
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Faktor Kualitas Isi dan Fisik

Faktor	Kelompok	Kolmogorov-Smirnov				
		D	n	p-value	$D_{0,05,8}$	Keputusan
Kualitas Isi dan Fisik	Jawa Pos	0.276	8	0.074	0.41	Berdistribusi Normal
	Surya	0.180	8	0.2	0.41	Berdistribusi Normal

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat dilihat perolehan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* yang menunjukkan bahwa pada faktor kualitas isi dan fisik koran harian Jawa Pos dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.276 dan koran harian Surya dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.180 lebih kecil dari nilai $D_{0,05,8}$ yaitu sebesar 0.41 jadi keputusannya gagal tolak H_0 sehingga data berdistribusi normal.

4.4.2 Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Manfaat

Pengujian asumsi distribusi normal faktor manfaat koran



harian Jawa Pos dan Surya secara visual dapat dilihat dengan Q-Q plot berikut ini.

(a)

(b)

Gambar 4.6 Q-Q Plot Faktor Manfaat Koran Jawa Pos (a) dan koran Surya (b)

Gambar 4.6 diatas menunjukkan bahwa plot-plot dari rata-rata setiap indikator pada faktor manfaat koran harian Jawa Pos maupun koran Surya mendekati garis normal, sehingga secara visual dapat dikatakan bahwa rata-rata indikator pada faktor manfaat koran harian Jawa Pos serta koran harian Surya berdistribusi normal. Selanjutnya dilakukan pengujian dengan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

Hipotesis

$H_0 : F(x) = F_0(x)$ atau data pada faktor manfaat telah berdistribusi normal

$H_1 : F(x) \neq F_0(x)$ atau data pada faktor manfaat tidak berdistribusi normal

Taraf Signifikan : $\alpha = 0,05$

Daerah Penolakan : Tolak H_0 jika $D > D_{\alpha,n}$

Statistik Uji :

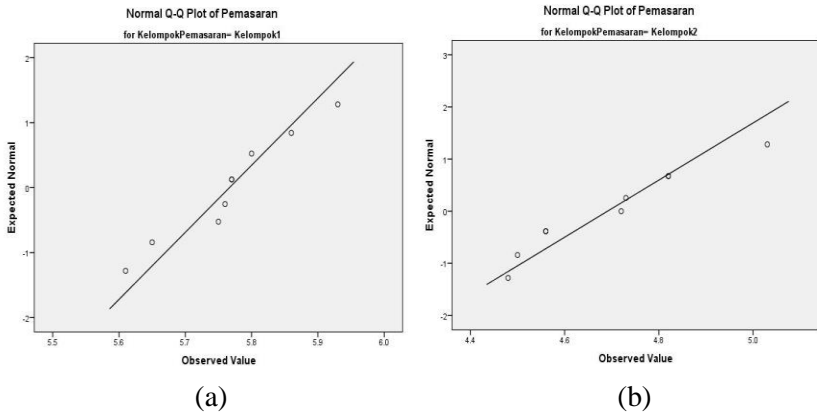
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Faktor Manfaat

Faktor	Kelompok	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>				
		D	n	p-value	$D_{0.05,5}$	Keputusan
Manfaat	Jawa Pos	0.260	5	0.2	0.509	Berdistribusi Normal
	Surya	0.226	5	0.2	0.509	Berdistribusi Normal

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat dilihat perolehan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* yang menunjukkan bahwa pada faktor manfaat koran harian Jawa Pos dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.260 dan koran harian Surya dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.226 lebih kecil dari nilai $D_{0.05,5}$ yaitu sebesar 0.509 jadi keputusannya gagal tolak H_0 sehingga data berdistribusi normal.

4.4.3 Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Pemasaran

Pengujian asumsi distribusi normal faktor pemasaran koran harian Jawa Pos dan Surya secara visual dapat dilihat dengan *Q-Q plot* berikut ini.



Gambar 4.7 *Q-Q Plot* Faktor Pemasaran Koran Jawa Pos (a) dan koran Surya (b)

Gambar 4.7 diatas menunjukkan bahwa plot-plot dari rata-rata setiap indikator pada faktor pemasaran koran harian Jawa Pos maupun koran Surya mendekati garis normal, sehingga secara visual dapat dikatakan bahwa rata-rata indikator pada faktor pemasaran koran harian Jawa Pos serta koran harian Surya berdistribusi normal. Selanjutnya dilakukan pengujian dengan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

Hipotesis

$H_0 : F(x) = F_0(x)$ atau data pada faktor pemasaran telah berdistribusi normal

$H_1 : F(x) \neq F_0(x)$ atau data pada faktor pemasaran tidak berdistribusi normal

Taraf Signifikan : $\alpha = 0,05$

Daerah Penolakan : Tolak H_0 jika $D > D_{\alpha,n}$

Statistik Uji :

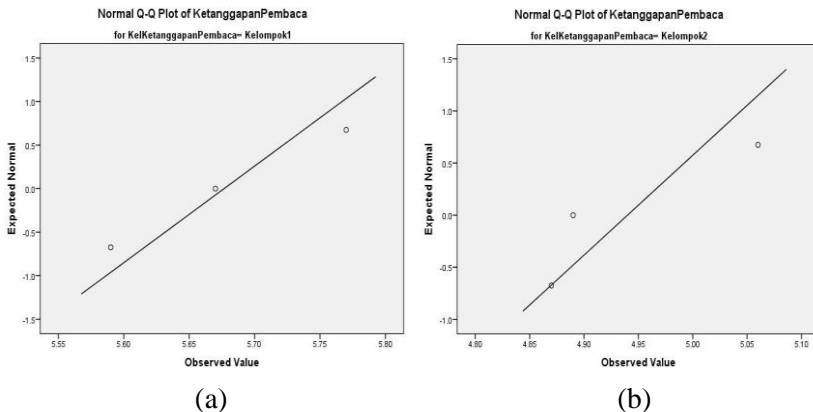
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Faktor Pemasaran

Faktor	Kelompok	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>				
		D	n	p-value	$D_{0.05,9}$	Keputusan
Pemasaran	Jawa Pos	0.209	9	0.2	0.387	Berdistribusi Normal
	Surya	0.208	9	0.2	0.387	Berdistribusi Normal

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat dilihat perolehan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* yang menunjukkan bahwa pada faktor pemasaran koran harian Jawa Pos dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.209 dan koran harian Surya dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.208 lebih kecil dari nilai $D_{0.05,9}$ yaitu sebesar 0.387 jadi keputusannya gagal tolak H_0 sehingga data berdistribusi normal.

4.4.4 Pengujian Asumsi Distribusi Normal Faktor Ketanggapan Pembaca

Pengujian asumsi distribusi normal faktor ketanggapan pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya secara visual dapat dilihat dengan *Q-Q plot* berikut ini.



Gambar 4.8 *Q-Q Plot* Faktor Ketanggapan Pembaca Koran Jawa Pos (a) dan koran Surya (b)

Gambar 4.8 diatas menunjukkan bahwa plot-plot dari rata-rata setiap indikator pada faktor ketanggapan pembaca koran harian Jawa Pos maupun koran Surya mendekati garis normal,

sehingga secara visual dapat dikatakan bahwa rata-rata indikator pada faktor ketanggapan pembaca koran harian Jawa Pos serta koran harian Surya berdistribusi normal. Selanjutnya dilakukan pengujian dengan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

Hipotesis

$H_0 : F(x) = F_0(x)$ atau data pada faktor ketanggapan pembaca telah berdistribusi normal

$H_1 : F(x) \neq F_0(x)$ atau data pada faktor ketanggapan pembaca tidak berdistribusi normal

Taraf Signifikan : $\alpha = 0,05$

Daerah Penolakan : Tolak H_0 jika $D > D_{\alpha,n}$

Statistik Uji :

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Faktor Ketanggapan Pembaca

Faktor	Kelompok	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>				
		D	n	P-value	$D_{0.05,3}$	Keputusan
Ketanggapan Pembaca	Jawa Pos	0.196	3	-	0.636	Berdistribusi Normal
	Surya	0.351	3	-	0.636	Berdistribusi Normal

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat dilihat perolehan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* yang menunjukkan bahwa pada faktor ketanggapan pembaca koran harian Jawa Pos dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.196 dan koran harian Surya dengan nilai D_{hitung} sebesar 0.351 lebih kecil dari nilai $D_{0.05,3}$ yaitu sebesar 0.636 jadi keputusannya gagal tolak H_0 sehingga data berdistribusi normal.

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan preferensi konsumen dalam memilih koran harian Jawa Pos dan Surya ditinjau dari empat faktor yaitu kualitas isi dan fisik, manfaat, pemasaran serta ketanggapan pembaca. Hasil output uji hipotesis dengan menggunakan uji *t-paired* dapat dilihat pada Lampiran 8.

4.5.1 Pengujian Hipotesis dari Kualitas Isi dan Fisik

Berikut merupakan hasil uji beda untuk pengujian hipotesis dilihat dari kualitas isi dan fisik antara koran harian Jawa Pos dan Surya.

Hipotesis

$H_0 : \mu_{JP} - \mu_S = 0$ (Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor kualitas isi dan fisik dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

$H_1 : \mu_{JP} - \mu_S \neq 0$ (Terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor kualitas isi dan fisik dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

Taraf Signifikan : 5%

Daerah Penolakan : Tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel} (0,05; v=n-1=7)$ yaitu sebesar 2,364

Statistik uji :

Tabel 4.6 Uji Beda Kualitas Isi dan Fisik

Faktor	N	T-hitung	T-tabel	P-value	Keputusan
Kualitas Isi dan Fisik	8	44.62	2.364	0	Tolak H_0

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa faktor kualitas isi dan fisik memiliki nilai t-hitung sebesar 44.62 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar 2.364 maka dapat diambil keputusan H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor kualitas isi dan fisik dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya.

4.5.2 Pengujian Hipotesis dari Manfaat

Berikut merupakan hasil uji beda untuk pengujian hipotesis dilihat dari manfaat antara koran harian Jawa Pos dan Surya.

Hipotesis

$H_0 : \mu_{JP} - \mu_S = 0$ (Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor manfaat dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

$H_1 : \mu_{JP} - \mu_S \neq 0$ (Terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor manfaat dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

Taraf Signifikan : 5%

Daerah Penolakan : Tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,05, $v=n-1=5$) yaitu sebesar 2,57

Statistik uji :

Tabel 4.7 Uji Beda Manfaat

Faktor	N	T-hitung	T-tabel	P-value	Keputusan
Manfaat	6	12.38	2.57	0	Tolak H_0

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa faktor manfaat memiliki nilai t-hitung sebesar 12.38 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar 2.57 maka dapat diambil keputusan H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor manfaat dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya.

4.5.3 Pengujian Hipotesis dari Pemasaran

Berikut merupakan hasil uji beda untuk pengujian hipotesis dilihat dari pemasaran antara koran harian Jawa Pos dan Surya.

Hipotesis

$H_0 : \mu_{JP} - \mu_S = 0$ (Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor pemasaran dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

$H_1 : \mu_{JP} - \mu_S \neq 0$ (Terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor pemasaran dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

Taraf Signifikan : 5%

Daerah Penolakan : Tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,05, $v=n-1=8$) yaitu sebesar 2,306

Statistik uji :

Tabel 4.8 Uji Beda Pemasaran

Faktor	N	T-hitung	T-tabel	P-value	Keputusan
Pemasaran	9	13.15	2.306	0	Tolak H_0

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa faktor manfaat memiliki nilai t-hitung sebesar 13.15 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar 2.306 maka dapat diambil keputusan H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor pemasaran dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya

4.5.4 Pengujian Hipotesis dari Ketanggapan Pembaca

Berikut merupakan hasil uji beda untuk pengujian hipotesis dilihat dari ketanggapan pembaca antara koran harian Jawa Pos dan Surya.

Hipotesis

$H_0 : \mu_{JP} - \mu_S = 0$ (Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor ketanggapan pembaca dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

$H_1 : \mu_{JP} - \mu_S \neq 0$ (Terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor ketanggapan pembaca dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya)

Taraf Signifikan : 5%

Daerah Penolakan : Tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel} (0,05; v=n-1=2)$ yaitu sebesar 4,302

Statistik uji :

Tabel 4.9 Uji Beda Ketanggapan Pembaca

Faktor	N	T-hitung	T-tabel	P-value	Keputusan
Ketanggapan Pembaca	3	33.70	4.302	0.001	Tolak H_0

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa faktor ketanggapan pembaca memiliki nilai t-hitung sebesar 33.70 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar 4.302 maka dapat diambil keputusan H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen pada faktor ketanggapan pembaca dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis dan pembahasan preferensi konsumen dalam memilih koran harian di Surabaya sebagai berikut.

1. Karakteristik responden pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya disimpulkan sebagai berikut.
 - a. Jumlah pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya di Surabaya yang telah menjadi responden lebih banyak laki-laki dibandingkan perempuan.
 - b. Rentang usia pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya di dominasi umur 41 sampai 48 tahun, yang kebanyakan berstatus pekerja.
 - c. Pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya yang telah menjadi responden paling banyak pendidikan terakhirnya SMA.
 - d. Pembaca koran harian Jawa Pos dan Surya memiliki frekuensi 1-2 kali membaca koran dalam seminggu atau masih dalam kategori jarang membaca koran.
2. Hasil analisis prioritas dalam memilih koran harian Jawa Pos dan Surya didapatkan bahwa headline koran yang menarik merupakan prioritas utama masyarakat, Kelengkapan berita merupakan prioritas kedua. Sedangkan prioritas terakhir yaitu ketebalan halaman koran.
3. Hasil pengujian hipotesis terhadap empat faktor yaitu faktor kualitas isi dan fisik, manfaat, pemasaran serta ketanggapan pembaca didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan preferensi pada ke empat faktor tersebut dalam pembelian koran harian Jawa Pos dan Surya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis preferensi konsumen dalam memilih koran harian sebaiknya perusahaan media cetak terutama surat kabar lebih meningkatkan dan membuat menarik headline

koran karena prioritas pertama konsumen koran ialah headline koran yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2016, Mei 17). *Masa Depan Koran Masih Panjang*. Retrieved from Karawang Bekasi Ekspres: <http://karawangbekasiekspres.com/news/2456/Masa-Depan-Koran-Masih-Panjang.html>
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bilson, S. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Utama.
- Bluman, A. G. (2012). *Elementary Statistics. A Step by Step Approach*.
- Daniel, W. W. (1989). *Statistika Non Parametrik Terapan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP-Universitas Diponegoro.
- Hill, D. T. (2011). *Pers di Masa Orde Baru*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Husein, U. (1997). *Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta.
- Kuncoro, M. (2013). *Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Matitaputty, L. J. (2012). *Peran Kualitas Produk dan Periklanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Harian Pagi Surya di Ngagel Surabaya*. Surabaya: UPN Veteran Jatim.
- Mitra, M. (1997). *Thurstone case-V for Maps Hyperbolic Group Extensions*. Canada.
- Salman, A., Ibrahim, F., Abdullah, M. Y., Mustaffa, N., & Mahbob, M. H. (2011). The Public Sector Innovation Journal. *The Impact of New Media on Traditional Mainstream Mass Media*, Vol 16 (3).
- Sudjana. (2005). *Teknik Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito.
- Walpole, R. E. (2011). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

(halaman sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN															
"PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH KORAN HARIAN"															
<p>Survei ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih Koran harian. Survei ini dilakukan dalam rangka memenuhi Tugas Akhir (TA) Jurusan Statistika Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Data yang saudara berikan kami jamin kerahasiannya. Oleh karena itu, info yang saudara berikan sangat penting bagi kami. Kami mengucapkan terima kasih atas partisipasi dalam mengisi kuesioner ini.</p> <p style="text-align: right;">Surabaya, April 2017</p>															
I. IDENTITAS RESPONDEN															
1. Nama :															
2. Jenis Kelamin :	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan * Silahkan (✓) salah satu														
3. Usia :	tahun														
4. Alamat :															
5. Pendidikan Terakhir :	<input type="checkbox"/> Tidak ada <input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> D4/S1 <input type="checkbox"/> S2														
6. Status Pekerjaan :	<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> PNS <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> Lain-lain														
7. Pendapatan perbulan :															
8. Frekuensi membaca koran harian dalam seminggu :	<input type="checkbox"/> Setiap hari <input type="checkbox"/> Sering <input type="checkbox"/> Jarang														
II. PREFERENSI															
<p>Alasan Anda dalam memilih koran harian (Berikan rank berdasarkan prioritas Anda) <i>Sangat Diprioritaskan (I)*</i> → <i>(II) Sangat Tidak Diprioritaskan</i></p>															
Pernyataan	Prioritas														
Headline koran															
Keakuratan koran															
Penyajian bahasa															
Kelengkapan berita															
Kualitas kertas koran															
Ketebalan halaman															
Harga koran															
Kesesuaian slogan dengan ciri khas															
Kemudahan memperoleh koran															
Banyaknya agen atau loper															
Desain berita															
III. DAFTAR PERNYATAAN															
<p><u>PETUNJUK</u></p> <p>Pernyataan berikut, mohon Saudara/i berkenan memberi jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan selama menjadi konsumen koran harian. Isi pernyataan-pernyataan berikut ini dengan memberikan skor pada koran yang pernah and baca. dimana skala data yang digunakan adalah sebagai berikut</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Kurang Baik Sekali (SKBS) 2. Kurang Baik Sekali (KBS) 3. Kurang Baik (KB) 4. Cukup Baik (CB) 5. Baik (B) 6. Baik Sekali (BS) 7. Sangat Baik Sekali (SBS) <p>Keterangan skala yang digunakan antara lain sebagai berikut.</p>															
Skor Jawaban	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td> </tr> <tr> <td colspan="3">SKBS</td> <td colspan="4">SBS</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	SKBS			SBS			
1	2	3	4	5	6	7									
SKBS			SBS												
A. Kualitas Isi dan Fisik															
No	Pernyataan	Jawa Pos							Surya						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

Lampiran 2 . Pemetaan Responden Berdasarkan Wilayah

Kecamatan	Kelurahan	Jumlah	SBY
Jambangan	Pagesangan	3	Selatan
Wonocolo	Jemur Wonosari	4	
Dukuh Pakis	Gunungsari	5	
Wiyung	Wiyung	2	
Karangpilang	Kebraon	3	
Sawahan	Petemon	3	
Semampir	Ujung	2	Utara
	Pegirian	2	
Krembangan	Moro Krembangan	2	Utara
Kenjeran	Sidotopo Wetan	3	Utara
	Kedung Cowek	2	
	Bulak Banteng	9	
Sukolilo	Gebang	6	Timur
	Medokan Semampir	2	
	Semolowaru	2	
Gubeng	Gubeng	3	
	Mojo	2	
Tambaksari	Gading	5	
Asemrowo	Genting Kalianak	17	Barat
Benowo	Sememi	3	
Bubutan	Gundih	5	Pusat
	Tembok Dukuh	5	
Genteng	Ketabang	3	
Tegalsari	Dr. Soetomo	3	
	Keputran	4	

Lampiran 3a. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Jawa Pos			Surya		
	Rhit	Rtabel	Predikat	Rhit	Rtabel	Predikat
P1	0.793	0.197	Valid	0.74	0.197	Valid
P2	0.745		Valid	0.788		Valid
P3	0.881		Valid	0.715		Valid
P4	0.721		Valid	0.729		Valid
P5	0.808		Valid	0.669		Valid
P6	0.822		Valid	0.74		Valid
P7	0.76		Valid	0.853		Valid
P8	0.796		Valid	0.807		Valid
P9	0.902		Valid	0.841		Valid
P10	0.892		Valid	0.811		Valid
P11	0.801		Valid	0.93		Valid
P12	0.902		Valid	0.893		Valid
P13	0.866		Valid	0.759		Valid
P14	0.86		Valid	0.649		Valid
P15	0.895		Valid	0.647		Valid
P16	0.873		Valid	0.861		Valid
P17	0.883		Valid	0.883		Valid
P18	0.929		Valid	0.89		Valid
P19	0.793		Valid	0.889		Valid
P20	0.873		Valid	0.833		Valid
P21	0.865		Valid	0.803		Valid
P22	0.831		Valid	0.86		Valid
P23	0.957		Valid	0.9		Valid
P24	0.931		Valid	0.964		Valid
P25	0.946		Valid	9.43		Valid

Keterangan :

P1 : Tampilan headline

P2 : Penataan dan penempatan gambar/foto

P3 : Bahasa yang digunakan

P4 : Penataan dan penempatan sesi berita

P5 : Netralitas berita

P6 : Analisis berita

P7 : Kualitas kertas

P8 : Kualitas cetakan

P9 : Manfaat nilai-nilai masyarakat dalam berita

P10 : Manfaat budaya masyarakat dalam berita

- P11 : Manfaat hiburan dalam berita
 P12 : Pentingnya informasi dalam berita
 P13 : Manfaat wawasan intelektual
 P14 : Distribusi koran
 P15 : Keberadaan koran
 P16 : Kualitas iklan
 P17 : Informasi dari iklan
 P18 : Media iklan
 P19 : Event-event yang diadakan
 P20 : Harga dengan kualitas
 P21 : Harga dengan kuantitas
 P22 : Aktualisasi berita
 P23 : Gaya penyampaian berita
 P24 : Ilustrasi gambar
 P25 : Kesesuaian judul dengan isi

Lampiran 3b. Hasil Uji Reliabilitas

Faktor	Jawa Pos		Surya	
	<i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria	<i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria
Kualitas Isi dan Fisik	0.911	Sangat Reliabel	0.892	Sangat Reliabel
Manfaat	0.919	Sangat Reliabel	0.898	Sangat Reliabel
Pemasaran	0.957	Sangat Reliabel	0.937	Sangat Reliabel
Ketanggapan Pembaca	0.939	Sangat Reliabel	0.929	Sangat Reliabel

Lampiran 4. Data Demografi Responden

No	Nama	JK	Usia	Pendidikan Terakhir	Frekuensi
1	Yohani	P	51	S1	Jarang
2	Suhardi	L	49	S1	Jarang
3	Abdul Wahab	L	61	SMA	Jarang
4	Rodiyah	P	46	SD	Jarang
5	Yusuf Eka	L	23	SMA	Sering
6	Nur Hadiyanto	L	34	D3	Jarang
7	Umi Sri Rahayu	P	36	SMA	Jarang
8	Achmad Anis	L	49	SMA	Jarang
9	Malikan	L	47	SMA	Sering
10	Widji Lestari	P	46	SMA	Sering
11	Juweni	L	51	D3	Jarang
12	Lilis	P	37	S1	Jarang
13	Dony Akbar	L	39	S1	Sering
14	Adam	L	32	S1	Sering
15	Ririn Indriani	P	47	D3	Jarang
16	Marwati	P	55	SMA	Sering
17	Samsoel	L	55	SMA	Jarang
18	Supramono	L	37	S1	Sering
19	Sriati Ningsih	P	60	SMP	Sering
....
....
95	Kresna	L	49	S1	Sering
96	Meila	P	22	SMA	Sering
97	Nana	P	48	S1	Sering
98	Purwanto	L	51	SMA	Sering
99	Wawan	L	45	S1	Sering
100	Binti	P	38	SMA	Sering

Lampiran 5. Data Preferensi Terhadap Prioritas Memilih Koran Harian di Surabaya

No	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	1	3	4	2	9	11	8	7	6	10	5
2	1	4	3	2	11	8	5	6	7	9	10
3	3	2	10	1	9	11	4	8	6	5	7
4	1	11	5	6	10	2	7	8	3	9	4
5	4	1	3	2	8	10	11	6	5	9	7
6	1	2	6	3	7	8	11	10	4	9	5
7	1	2	5	3	4	10	9	6	8	11	7
8	1	2	9	3	4	10	5	11	6	8	7
9	2	6	5	1	8	4	3	9	10	11	7
10	4	1	2	3	8	7	9	5	10	11	6
11	1	3	5	2	6	7	9	11	8	10	4
12	1	5	6	2	7	3	8	11	10	9	4
13	3	2	6	1	7	8	4	5	9	11	10
14	1	3	4	2	6	7	5	10	9	11	8
15	1	2	7	3	9	10	8	11	4	5	6
16	1	2	5	4	3	9	11	3	7	6	10
17	11	3	2	1	4	9	8	10	5	6	7
18	3	2	7	1	9	10	11	5	9	4	6
19	3	2	4	1	5	6	7	8	9	11	10
...
...
95	1	2	4	3	10	11	5	9	6	7	8
96	1	2	6	3	7	8	11	10	4	9	5
97	1	11	5	6	10	2	7	8	3	9	4
98	1	2	9	3	4	10	5	11	6	8	7
99	2	1	8	9	11	3	6	7	4	5	10
100	1	3	4	2	9	11	8	7	6	10	5

keterangan:

A : Headline koran G : Harga koran
 B : Keakuratan koran H: Kesesuaian slogan dengan ciri khas
 C : Penyajian bahasa I: Kemudahan memperoleh koran
 D : Kelengkapan berita J: Banyaknya agen/loper
 E : Kualitas kertas koran K: Desain berita
 F : Ketebalan halaman

Dilanjutkan dengan perhitungan matriks proporsi berikut.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
A	0.5	0.43	0.27	0.45	0.11	0.1	0.11	0.09	0.2	0.13	0.2
B	0.57	0.5	0.31	0.6	0.09	0.1	0.21	0.09	0.1	0.11	0.2
C	0.73	0.69	0.5	0.71	0.21	0.1	0.25	0.13	0.3	0.19	0.3
D	0.55	0.4	0.29	0.5	0.1	0.1	0.15	0.05	0.2	0.11	0.1
E	0.89	0.91	0.79	0.9	0.5	0.3	0.49	0.46	0.6	0.44	0.6
F	0.94	0.89	0.86	0.88	0.67	0.5	0.62	0.57	0.6	0.59	0.7
G	0.89	0.79	0.75	0.85	0.51	0.4	0.5	0.37	0.5	0.42	0.6
H	0.91	0.91	0.87	0.95	0.54	0.4	0.63	0.5	0.7	0.57	0.7
I	0.82	0.87	0.71	0.84	0.42	0.4	0.5	0.33	0.5	0.27	0.4
J	0.87	0.89	0.81	0.89	0.56	0.4	0.58	0.43	0.7	0.5	0.6
K	0.85	0.85	0.7	0.87	0.42	0.3	0.42	0.32	0.6	0.4	0.5

Berikut merupakan nilai distribusi normal untuk data diatas

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
A	0	-0.18	-0.61	-0.13	-1.23	-1.6	-1.23	-1.34	-0.9	-1.13	-1
B	0.176	0	-0.5	0.253	-1.34	-1.2	-0.81	-1.34	-1.1	-1.23	-1
C	0.613	0.496	0	0.553	-0.81	-1.1	-0.67	-1.13	-0.6	-0.88	-0.5
D	0.126	-0.25	-0.55	0	-1.28	-1.2	-1.04	-1.64	-1	-1.23	-1.1
E	1.227	1.341	0.806	1.282	0	-0.4	-0.03	-0.1	0.2	-0.15	0.2
F	1.555	1.227	1.08	1.175	0.44	0	0.305	0.18	0.36	0.228	0.55
G	1.227	0.806	0.674	1.036	0.025	-0.3	0	-0.33	0	-0.2	0.2
H	1.341	1.341	1.126	1.645	0.1	-0.2	0.332	0	0.44	0.176	0.47
I	0.915	1.126	0.553	0.994	-0.2	-0.4	0	-0.44	0	-0.61	-0.2
J	1.126	1.227	0.878	1.227	0.151	-0.2	0.202	-0.18	0.61	0	0.25
K	1.036	1.036	0.524	1.126	-0.2	-0.6	-0.2	-0.47	0.23	-0.25	0
	0.849	0.743	0.362	0.833	-0.39	-0.6	-0.28	-0.62	-0.2	-0.48	-0.2
	1	3	4	2	8	11	7	10	5	9	6

Lampiran 6. Rata-rata per Indikator Koran Jawa Pos dan Surya

No	Indikator	Rata-rata	
		Jawa Pos	Surya
1	P1	5.66	4.74
2	P2	5.57	4.75
3	P3	5.67	4.9
4	P4	5.69	4.81
5	P5	5.53	4.67
6	P6	5.69	4.86
7	P7	5.69	4.76
8	P8	5.58	4.68
9	P9	5.65	5.12
10	P10	5.58	5.08
11	P11	5.54	4.9
12	P12	5.93	5.23
13	P13	5.96	5.19
14	P14	5.86	4.5
15	P15	5.93	4.48
16	P16	5.75	4.56
17	P17	5.8	4.72
18	P18	5.61	4.73
19	P19	5.77	4.56
20	P20	5.76	4.82
21	P21	5.65	4.82
22	P22	5.77	5.03
23	P23	5.67	4.89
24	P24	5.59	4.87
25	P25	5.77	5.06

Lampiran 7. Output SPSS Normalitas**Tests of Normality**

		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kualitas_Isi_dan_Fisik	KelompokA	.276	8	.074	.818	8	.045
	KelompokB	.180	8	.200*	.947	8	.682

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Tests of Normality

		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Manfaat	KelompokA	.260	5	.200*	.837	5	.158
	KelompokB	.226	5	.200*	.920	5	.529

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Tests of Normality

		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pemasaran	Kelompok1	.209	9	.200*	.953	9	.722
	Kelompok2	.208	9	.200*	.922	9	.412

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Tests of Normality

		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KetanggapanPembaca	Kelompok1	.196	3	.	.996	3	.878
	Kelompok2	.351	3	.	.828	3	.183

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 8. Output Minitab *t* paired

Paired T-Test and CI: JP1, S1

Paired T for JP1 - S1

	N	Mean	StDev	SE Mean
JP1	8	5.6350	0.0646	0.0228
S1	8	4.7712	0.0811	0.0287
Difference	8	0.8638	0.0548	0.0194

95% CI for mean difference: (0.8180, 0.9095)
 T-Test of mean difference = 0 (vs not = 0):
 T-Value = 44.62 P-Value = 0.000

Paired T-Test and CI: JP2, S2

Paired T for JP2 - S2

	N	Mean	StDev	SE Mean
JP2	5	5.7320	0.1987	0.0888
S2	5	5.1040	0.1282	0.0573
Difference	5	0.6280	0.1134	0.0507

95% CI for mean difference: (0.4871, 0.7689)
 T-Test of mean difference = 0 (vs not = 0):
 T-Value = 12.38 P-Value = 0.000

Paired T-Test and CI: JP3, S3

Paired T for JP3 - S3

	N	Mean	StDev	SE Mean
JP3	9	5.7667	0.0968	0.0323
S3	9	4.6911	0.1823	0.0608
Difference	9	1.0756	0.2454	0.0818

95% CI for mean difference: (0.8869, 1.2642)
 T-Test of mean difference = 0 (vs not = 0):
 T-Value = 13.15 P-Value = 0.000

Lampiran 8. Lanjutan

Paired T-Test and CI: JP4, S4

Paired T for JP4 - S4

	N	Mean	StDev	SE Mean
JP4	3	5.6767	0.0902	0.0521
S4	3	4.9400	0.1044	0.0603
Difference	3	0.7367	0.0379	0.0219

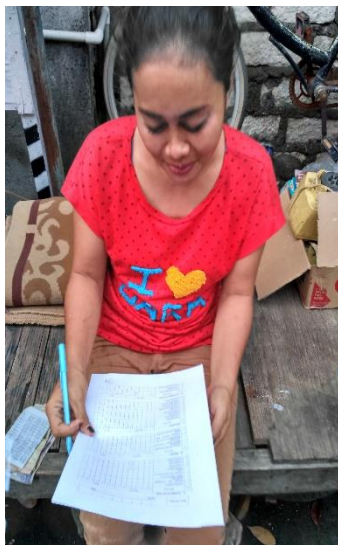
95% CI for mean difference: (0.6426, 0.8307)

T-Test of mean difference = 0 (vs not = 0):

T-Value = 33.70 P-Value = 0.001

Lampiran 9. Dokumentasi



Lampiran 9. Dokumentasi (Lanjutan)

Lampiran 10. Surat Pernyataan Keaslian Data

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Departemen Statistika Bisnis
Fakultas Vokasi ITS :

Nama : Leli Meganingrum

NRP : 1314 030 056

Menyatakan bahwa data yang digunakan dalam Tugas Akhir ini merupakan data
primer yang diambil secara langsung yaitu

Sumber : Data Primer

Keterangan : Kuesioner Penelitian dengan Judul "Analisis
Preferensi Konsumen dalam Memilih Koran Harian di
Surabaya"

Surat Pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. Apabila terdapat pemalsuan data,
maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si)

NIP.19740328 199802 1 001

Surabaya, 10-Juli-2017

Yang Membuat Pernyataan,



(Leli Meganingrum)

NRP. 1314 030 056

Lampiran 11. Surat Keterangan Instansi**Jawa Pos****SURAT KETERANGAN**

225 /JPK-PMS/VII/2017

1. Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nerita Krisnadewanti

Jabatan : Staff Pemasaran

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Leli Meganingrum

Pekerjaan : Mahasiswa Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS

Tema Penelitian : Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Koran
Harian di Surabaya

2. Yang bersangkutan telah melakukan survei untuk penelitian analisis preferensi konsumen dalam memilih koran harian di Surabaya selama April s.d Mei 2017
3. Demikian surat keterangan ini untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 Juli 2017

Divisi Pemasaran

PT Jawa Pos Koran

Nerita Krisnadewanti

Staff Pemasaran

Head Office

Graha Pena Lt 4, Jalan Ahmad Yani 88, Surabaya 60234
Telp: +6231 828 3333 Fax: +6231 828 5555

Branch office

Graha Pena Lt 10, Jalan Kebayoran Lama 12 Jakarta 12210
Telp: +6221 536 99 500 Fax: +6221 534 9207

BIODATA PENULIS



Penulis bernama lengkap Leli Meganingrum. Penulis lahir di Jombang pada tanggal 29 November 1995. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Ismail dan Ibu Kasilah. Pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah TK Daarut Taqwa Kayen Kec. Bandarkedungmulyo Jombang, SDN Kayen I Kec.

Bandarkedungmulyo Kab. Jombang (2002-2008), SMPN Bandarkedungmulyo Kab. Jombang (2008-2011), SMAN Bandarkedungmulyo Kab. Jombang (2011-2014). Setelah menyelesaikan studi di SMA, penulis melanjutkan studinya di Prodi Diploma III Departemen Statistika Bisnis Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Selama kuliah, Penulis juga mengikuti organisasi di himpunan yaitu HIMADATA-ITS tepatnya di KWU HIMADATA-ITS 16/17. Penulis sempat mengikuti pelatihan pendakian bagi pemula yang diadakan oleh UKM Pencinta Lingkungan Hidup ITS di Gunung Merbabu. Penulis sangat suka jalan-jalan menikmati keindahan alam dan wisata kuliner. Apabila ada kritik dan saran mengenai tugas akhir ini dapat menghubungi penulis melalui email dan kontak berikut.

E-mail : lelymega@gmail@gmail.com

No Telepon : 08563290419

